

УДК 339.13

Голда Надія

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри промислового маркетингу

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

м. Тернопіль, Україна

Nadiia Golda

Docent, Associate Professor of the Department of Industrial Marketing

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ORGANIZATSIYNO-ECONOMIC MECHANISM FORMING TOURIST SPHERE

Сучасна індустрія туризму є однією з найбільших, високоприбуткових і найбільш динамічних галузей світового господарства, які розвиваються. Україна має вигідне географічне положення з різними кліматичними зонами, унікальне поєднання природно-ландшафтних ресурсів, що відкриває великі можливості для залучення відпочиваючих. Туризм розглядається багатьма авторами як багатовимірне поняття. З цієї точки зору туризм є одночасно і видом діяльності, і формою рекреації, і галуззю національної економіки, і способом проведення дозвілля, і, крім того, мистецтвом, наукою і бізнесом [1, 2]. Туризм - категорія економічна, так як держава, приймаючи туриста, продає йому місцеві послуги, створює робочі місця для своїх громадян, отримує доходи від ввезення валюти. У багатьох країнах туризм є найбільш прибутковим видом економічної діяльності. Крім цього, туризм є і соціальною категорією, так як його розвиток сприяє появі нових робочих місць, що веде до зростання зайнятості, зниження безробіття.

Сферу туризму можна розглядати як:

- сфера туризму у вузькому сенсі, куди входять галузі, які безпосередньо обслуговують туристів;
- сфера туризму в широкому сенсі як сукупність галузей обслуговування і матеріального виробництва, орієнтованих на ринок туризму.

Здійснюючи мету туристичного виробництва, тобто задовольняючи конкретні потреби в рамках розширеного відтворення життєвих сил людини, туристична індустрія освоює різноманітні рекреаційні ресурси, які є основою для виробництва туристських послуг і супутніх товарів. Таким чином, результат туристичного виробництва знаходить суспільне визнання в споживанні, а виробництво отримує новий імпульс до розвитку. Туризм, як економічне явище, являє собою єдиний процес виробництва і споживання. Для туристів об'єкт споживання в подорожі - корисність товарів і послуг, які можуть задовольняти в цей період їх потреби. туристів споживчу вартість. Для туристів споживчу вартість становить корисність товарів, природних ресурсів та факторів, а також різного роду туристичних послуг.

Діяльність підприємств щодо створення і підтримання матеріально-технічної бази туризму обумовлює виробництво і продаж послуг і товарів, і тому вона також включається, як складова, в туристичне обслуговування. Безпосереднє обслуговування - це своєрідний процес складних взаємин між обслуговуючим персоналом і туристами, в якому здійснюється одночасно створення, пропозицію і споживання більшої частини послуг і товарів. Туроператор здійснює планування і створення маршрутів, програм і пакетів послуг для поїздок туристів на індивідуальній чи груповій основі. Комерційні операції туроператорів зазвичай кваліфікуються як оптові, так як створюваний ними турпродукт підлягає, як правило, перепродажу турагентам. Турагент виступає в якості продавця туристичного

продукту на основі договору, сформованого туроператорами.

Відзначимо, що загальні економічні фактори можуть впливати на туристичну діяльність, як позитивно, так і негативно. Факторами позитивного впливу є ріст реальних доходів населення; більш рівномірний розподіл доходів; стабільність національної та світових валют. До факторів негативного впливу належать кризові економічні явища; спад розвитку основних галузей господарського комплексу та пов'язані з цим ріст безробіття, скорочення заробітної плати; нестабільна соціально-політична та економічна ситуація в цілому. Ці фактори необхідно враховувати при обґрунтуванні організаційно-економічного механізму туристичної діяльності в першу чергу. Його можна вважати ефективним, якщо туристичні підприємства й організації виконують свої найважливіші соціальні, економічні й екологічні функції. При цьому серед економічних функцій виділяються: виробнича (виробництво нового продукту й сприяння накопиченню цінностей); забезпечення зростання зайнятості населення, (туристично-рекреаційна галузь надзвичайно персоніфікована); створення доходу; згладжування або вирівнювання (туристично-рекреаційна діяльність сприяє економічному розвитку слабких в промисловому відношенні регіонів або країн); нівелювання платіжного балансу.

До несприятливих факторів впливу на діяльність туристичної сфери в Україні можна віднести, те що населення туристично-рекреаційних регіонів мало підготовлене до рекреаційного підприємництва; відсутні стабільні економічні механізми економічного регулювання господарських відносин; економічні важелі і стимули розвитку рекреаційно-туристичної сфери лише формуються; виробнича та соціальна інфраструктура загального призначення, (дороги, транспортне сполучення, зв'язок, водопровідного – забезпечення, каналізація, торгівля, громадське харчування) розвинута слабо або занедбана, рівень сервісу низький; не досить розвинуті сучасні системи інформаційного забезпечення рекреаційно-туристичного бізнесу, відсутня всеохоплююча реклама; дефіцит висококваліфікованих менеджерів у сфері рекреаційно-туристичного бізнесу; загальна культура господарювання невисока; деформовані традиції і звичаї народу; санітарно-екологічна ситуація в багатьох туристично-рекреаційних центрах досить напружена, що знижує попит на послуги відповідних підприємств. Туристично-рекреаційний бізнес дуже чутливий до політичних катаклізмів. Цей фактор серйозним гальмом розвитку рекреаційно-туристичної індустрії.

Враховуючи специфіку туристичної діяльності, її ріст буде пов'язаний з двома головними чинниками: наближення ціни туристичних послуг до їх реальної суспільної вартості й до світових цін; зростання кількості і якості послуг. Тому важливим завданням організаційно-екологічного механізму є сприяння розвитку галузі, забезпечення раціональних темпів і пропорцій розвитку, запобігання негативним процесам, насамперед екологічним. Основними вигодами, які можуть очікувати регіони країни від розвитку туристичної індустрії, є: збільшення зайнятості населення в регіоні, що в умовах слабого розвитку сільської місцевості, спаду аграрного виробництва є проблемним завданням; збільшення доходів населення, що дозволить зменшити межу бідності та соціальне розшарування; надходження коштів у місцеві бюджети, що дасть змогу забезпечувати розвиток соціальної сфери; розширення економічних зв'язків з іншими регіонами та країнами. Таким чином, основним завданням успішного розв'язання проблем розвитку туристичної індустрії є створення адаптивного і стійкого організаційно-економічного та оздоровчого механізму, інтегрованого в ринкову економіку, здатного виживати в умовах конкурентного середовища, створювати профілактичну та відновлювану продукцію, надавати ефективні оздоровчі та сервісні послуги, виготовляти необхідні товари курортного попиту.

Перелік використаних джерел

1. Дурович А., Анастасова Л. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб.-практ. пособие. – М.: Новое знание, 2002. – 348 с.
2. Тлумачний словник туристських термінів. - М.: Афіни, 1994. - 497 с.